



游客在西安“长安十二时辰”主题街区内拍照游玩



游客在西安博物院参观胡人陶俑

不好，相关配套匹配度差，留客时间短，约束了旅游消费的提升。另一方面，陕西的景点以历史文化类为主，而且长期依赖门票收入，本身就难以形成多次消费。从旅游资源结构上看，陕西也缺少吸引旅游重复前来体验消费的自然类、休闲类、娱乐类项目。

二是旅游大热需求下服务质量亟待提升。在交通方面，陕西作为内陆省份，航空运输对入境游具有重要意义。但西安咸阳国际机场开通的国际航线，与北京首都机场、上海浦东机场、广州白云机场和成都双流机场都存在着较大差距，这极大限制了西安作为世界一流旅游目的地城市吸引力和服务力的发挥。同时省内铁路、高速公路与市内公共交通无缝对接还不够完善，偏远景区“最后一公里”交通需要贯通。在兵马俑、华清池、华山、陕历博等著名网红景点的线上线下服务能力和工作人员素养，都亟需对标国际一流进行全方位的提升。

三是投资总体不足却多点开花。陕西文旅资源众多，但高水平的统筹规划不够，精品景点系统化打造更是缺乏。有县县开花、村村上马开发旅游的倾向。这不但分散了本就总量不足的投资，也造成了许多低水平雷同开发的弊端。既制约了区域旅游线路质量的提升，也阻碍了优质资

本和管理后期介入提升的空间。陕西目前发展文化旅游的主要资金多来自政府或国有资本投入，民营资本介入很少，融资渠道较为单一，民营文化企业规模较小、活力差，市场化运作程度低，也是影响陕西文旅产业长远发展的重要因素。

四是缺乏用大文旅观念深化区域合作。受跨行政区领导、交通不畅等条件制约，陕西省内以及与相邻省市没有有效整合资源，共铸旅游品牌，打造协调互补的旅游线路。比如：天水是秦人发祥地，关中则是秦人崛起之地，旅游者只从享誉全球的兵马俑看到了一种文化的结果，并不了解天水早期秦文化是其源头。彼此之间缺乏一个连线板块式发展的大文化旅游观念。关中平原城市群区域文化旅游特色不鲜明，整体形象与品牌建设有待强化。比如，西安、宝鸡、天水作为中华民族的重要发祥地，也是伏羲、炎帝、黄帝三皇主要活动地区，关中平原城市群缺乏对这类文物旅游产品的整体包装和宣传。

因此，陕西要紧抓近两年旅游大热的大好机遇，加大系统研究深度，在打造万亿级文旅产业集群的过程中，加快补齐结构性短板。让旅游产业在陕西高质量发展中发挥更大的支撑引领作用。☑